

ANALISIS THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

ANALISIS THEORY OF PLANNED BEHAVIOR
(STUDI KASUS KESIAPAN STAKEHOLDER MENUJU TERBENTUKNYA PURBALINGGA
SEBAGAI KOTA KREATIF)

Oleh:

Sri Murni Setyawati¹⁾, Siti Zulaikha Wulandari²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

*Email corresponding author: *nunk_pwt@yahoo.co.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Attitude*, *Subjective norms* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku aparat untuk mengembangkan Purbalingga kota kreatif dan untuk mengetahui potensi pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif berdasarkan persepsi *stakeholder* terhadap upaya pembentukan kota kreatif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sekaligus kualitatif. Hasil penelitian *Attitude*, *Subjective norms* dan *Perceived Behavioral Control* secara simultan mempunyai pengaruh yang positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku aparat untuk mengembangkan Purbalingga kota kreatif. Namun secara parsial, variabel *Attitude* merupakan satu-satunya variabel yang mempunyai pengaruh terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan variabel *Subjective norms* dan *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: *Attitude*, *Subjective norms*, *Perceived Behavioral Control*

Abstract

The purpose of this research is to know the influence of Attitude, Subjective norms and Perceived Behavioral Control to Behavioral Intention (Purpose of behavior apparatus to develop Purbalingga creative city and to know the potency of Purbalingga development as creative city based on stakeholder perception toward creative city establishment) This research is quantitative research as well as qualitative. The results of Attitude, Subjective norms and Perceived Behavioral Control simultaneously have a positive influence on Behavioral Intention (Behavioral intention intention to develop creative city Purbalingga. But partially, Attitude variable is the only variable that has influence on Behavioral Intention, while Subjective norms and Perceived Behavioral Control variables have no significant effect.

Keywords: Attitude, Subjective norms, Perceived Behavioral Control

PENDAHULUAN

Signifikansi kontribusi industri kreatif dalam perekonomian nasional juga nampak pada struktur perekonomian di Indonesia. Ekonomi kreatif telah menyumbang sekitar 7-8 persen dari nilai Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Meski kontribusinya bukan merupakan yang paling besar, namun sumbangan dari ekonomi kreatif berada diatas kontribusi sektor pertambangan dan penggalian, keuangan, serta pengangkutan. Nilai tambah dari sektor ekonomi kreatif meningkat setiap tahunnya. Menurut Badan Pusat Statistik, industri kreatif mampu menyerap 12 juta tenaga kerja dan selama periode 2010-2014 rata-rata sumbangannya terhadap PDB mencapai 7,1%. Sedangkan pada tahun 2014, sektor industri kreatif mampu menyumbang PDB sebesar Rp 716,7 triliun. Pada tahun yang sama, angka pertumbuhan industri kreatif mencapai 5,81%, mengungguli pertumbuhan sektor listrik, gas, dan air bersih; pertambangan dan penggalian; pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan; jasa-jasa; dan industri pengolahan (BEKraf, 2016). Kontribusi terbesar dari industri kreatif berasal dari sub sektor usaha kuliner sebanyak 32, 4 persen, mode 27,9 persen, dan kerajinan 14,88 persen (Tempo.com diakses pada 7 oktober 2016).

Bekraf mengelompokkan dan memfokuskan industri kreatif pada 16 sub sektor, yang terdiri dari 1) aplikasi dan game, 2) arsitektur, 3) disain interior, 4) disain komunikasi visual, 5) disain produk, 6) fashion, 7) film-animasi-video, 8) fotografi, 9) kriya, 10) kuliner, 11) musik, 12) penerbitan, 13) periklanan, 14) seni pertunjukan, 15) seni rupa, serta 16) televisi dan radio. Dalam menjalankan tugas dan fungsi Bekraf terhadap 16 sub sektor ekonomi kreatif tersebut, Deputy Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif memiliki beberapa program yang salah satunya adalah Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (PMK3I).

Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Tengah yang saat ini terus memberikan perhatian terhadap industri kreatif yang ada di wilayahnya. Hal ini selaras dengan salah satu Misi RPJMD Tahun 2016-2021, khususnya Misi ke-5 yang bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan dan pemerataan ekonomi rakyat, dengan mendorong simpul-simpul perekonomian utamanya industri pengolahan dan manufaktur, perdagangan, jasa, pariwisata, industri kreatif dengan tetap berorientasi pada kemitraan dan pengembangan potensi lokal serta didukung dengan penciptaan iklim kondusif untuk pengembangan usaha, investasi dan peciptaan lapangan kerja. Pemerintah Kabupaten Purbalingga berkomitmen untuk mendorong pengembangan ekonomi kreatif sebagai sumber peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan memberi dukungan kepada UMKM sehingga dapat menghasilkan ekonomi kreatif dan membangkitkan ekonomi kerakyatan.

Sebagai kota yang memiliki berbagai potensi kreatif, Kabupaten Purbalingga perlu terus berbenah dan bersiap untuk mendukung terwujudnya sistem ekonomi kreatif melalui pembentukan kota kreatif seperti yang dicanangkan oleh BeKraf. Untuk itu perlu di gali potensi lokal yang ada, dan dukungan dari *stakeholder* atas pengembangan Kabupaten Purbalingga sebagai salah satu kota kreatif berbasis pada industri kreatif. *Stakeholder* dalam kota kreatif dikenal dengan sebutan *quadruple helix* yang terdiri

dari empat unsur ABCG (*Academic, Business, Community and Government*), yaitu akademisi, kalangan bisnis, komunitas (masyarakat), dan pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Attitude, Subjective norms* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku aparat untuk mengembangkan Purbalingga kota kreatif dan untuk mengetahui potensi pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif berdasarkan persepsi *stakeholder* terhadap upaya pembentukan kota kreatif).

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Munculnya *theory of planned behavior* (TPB) berawal dari *theory of reasoned* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) yang disempurnakan oleh Ajzen (1985). Theory of Planned Behavior ini ditujukan untuk memprediksi perilaku individu secara lebih spesifik dan lebih fokus pada intensi individu untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Ajzen (2005) dalam Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa seorang dapat melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tergantung dari niat yang dimiliki oleh orang tersebut. Niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar yaitu perilaku yang berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan perilaku yang berhubungan norma subjektif (*subjective norms*) dan keyakinan (*beliefs*). Menurut Theory of Planned Behavior, seorang dapat bertindak intensi atau niatnya hanya jika ia memiliki kontrol terhadap perilakunya (Ajzen, 2005 dalam Jogiyanto 2007). Teori ini tidak hanya menekankan pada rasionalitas dari tingkah laku manusia, tetapi juga pada keyakinan bahwa target tingkah laku berada di bawah kontrol kesadaran individu.

Attitude towards the behavior atau biasa disebut sikap, merupakan suatu disposisi untuk merespon secara positif atau negatif suatu perilaku (Ajzen, 2005). Sikap seseorang terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan tentang konsekuensi dari sebuah perilaku yang sering disebut dengan *behavioral beliefs*. Secara umum, semakin individu memiliki evaluasi bahwa suatu perilaku akan menghasilkan konsekuensi positif maka individu akan cenderung bersikap *favorable* terhadap perilaku tersebut; sebaliknya, semakin individu memiliki evaluasi negatif maka individu akan cenderung bersikap *unfavorable* terhadap perilaku tersebut (Ajzen, 2005).

Menurut Ajzen (2005) berpedapat norma norma subjektif merupakan fungsi yang didasarkan oleh *belief* yang disebut *normative belief*, yaitu *belief* mengenai kesetujuan dan atau ketidaksetujuan yang berasal dari *referent* atau orang dan kelompok yang berpengaruh bagi individu (*significant others*) seperti orang tua, pasangan, teman dekat, rekan kerja atau lainnya terhadap suatu perilaku. Norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2005). Norma subjektif ditentukan oleh kombinasi antara *normative belief* individu dan *motivation to comply*. *Normative belief* adalah *belief* mengenai kesetujuan atau

ketidaksetujuan yang berasal dari *referent*, sedangkan *motivation to comply* adalah motivasi individu untuk mematuhi harapan dari *referent*

Ajzen (2005) menjelaskan *perceived behavioral control* sebagai fungsi yang didasarkan oleh *belief* yang disebut sebagai *control beliefs*, yaitu *belief* individu mengenai ada atau tidak adanya faktor yang mendukung atau menghalangi individu untuk memunculkan sebuah perilaku. *Belief* ini didasarkan pada pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain yang dikenal individu, dan juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. *Control belief* merupakan *belief* individu mengenai faktor pendukung atau penghambat untuk memunculkan sebuah perilaku sedangkan *perceived power control* adalah kekuatan perasaan individu akan setiap faktor pendukung atau penghambat.

Potensi Industri Kreatif Kabupaten Purbalingga

Potts dan Cunningham (2008) menyatakan bahwa industri kreatif adalah industri yang mempunyai keaslian dalam kreatifitas individual, ketrampilan dan bakat yang mempunyai potensi untuk mendatangkan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja melalui eksploitasi kekayaan intelektual. Hesmondhalgh (2002) Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya. Definisi berdasarkan Kementerian Perdagangan Indonesia, Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi daya cipta individu.

Industri kreatif pertama digunakan pada awal tahun 1990-an di Australia, tetapi dikembangkan dengan pesat oleh pemerintah Inggris pada akhir tahun 1990-an. Pemerintah Inggris secara khusus membentuk unit dan penanggung jawab Industri Kreatif dibawah Departemen Budaya, Media, dan Olah Raga (Primorac, 2006).

Keberhasilan suatu industri kreatif dalam mendukung perekonomian suatu negara dapat dilihat dari beberapa indikator utama, yaitu berdasarkan: (a) produk domestik bruto; (b) Ketenagakerjaan; (c) jumlah perusahaan; (d) Ekspor.

Perkembangan industri kreatif di Purbalingga dapat diamati dari perkembangan sub sektor kreatif yang cukup potensial. Produk kerajinan bulu mata dan rambut palsu Purbalingga merupakan salah satu contohnya. Produk kerajinan ini telah memenangkan persaingan dibandingkan dengan produk sejenis, baik di level nasional maupun internasional. Di pasar nasional, berdasarkan penelitian Arifin (2008) dengan menggunakan alat analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), ternyata Kabupaten Purbalingga menempati peringkat pertama keunggulan komparatif dalam usaha kerajinan rambut.

Sementara itu, di pasar internasional, kerajinan rambut di Kabupaten Purbalingga menempati peringkat kedua setelah Guangzhou China (Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Purbalingga). Produk Purbalingga ini diekspor ke Korea, USA, Australia, Jerman, Taiwan, dan Jepang.

Selain itu, berbagai produk sub sektor kreatif lainnya saat ini juga menunjukkan keunggulan karena telah di ekspor ke berbagai negara. Produk unggulan tersebut antara lain : Knalpot, Sapu Glagah dan Gula kristal atau gula semut.

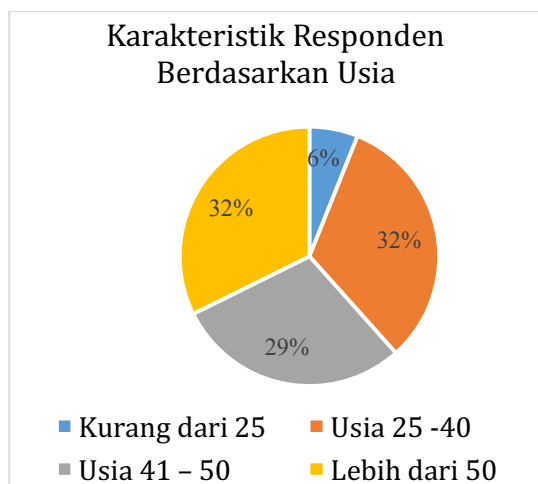
METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif karena bertujuan untuk membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena mengenai upaya pengembangan Kota Kreatif di Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sekaligus kualitatif. Secara kuantitatif, data akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan secara kualitatif analisis data dilakukan dengan melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selain itu juga dilakukan teknik analisis isi (*Content Analysis*) dan analisis ringkasan (*Summary Analysis*). Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, diskusi, wawancara, observasi dan dokumentasi. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

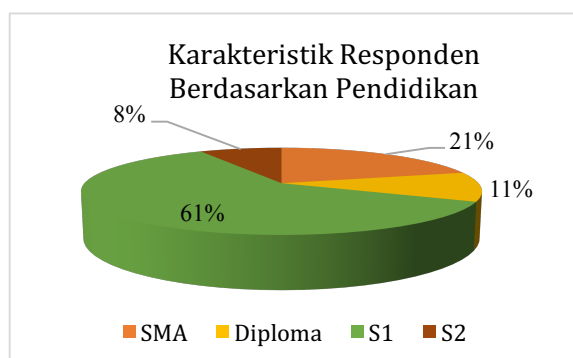
Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah *stakeholder* yang terlibat dalam upaya pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif. Dalam penelitian ini, *stakeholder* dibatasi pada pihak Pemkab Purbalingga, khususnya yang terkait dengan pengambilan kebijakan dan penentu strategi pembentukan kota kreatif. Hasil yang diperoleh dari jawaban 100 responden yang bersedia untuk mengisi dan mengembalikan kuesioner, diperoleh berbagai informasi menggambarkan yang menggambarkan karakter demografis responden serta persepsi mereka terkait dengan topik penelitian. Responden berasal dari berbagai instansi dan pengambil kebijakan, antara lain adalah : Bupati Purbalingga, Asisten Bidang Pemerintahan dan Kesra, Pimpinan dan Staff Dinperindag, Pimpinan dan Staff Dinas UMKM. Berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebesar 55% sedangkan sisanya 45% berjenis kelamin laki-laki. Selanjutnya, karakteristik responden dilihat berdasarkan usia dapat di sajikan seperti diagram berikut :



Gambar 1. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini berada dalam rentang usia produktif, karena merupakan PNS yang masih aktif dalam berbagai instansi pemerintah. Usia termuda dari responden adalah 22 tahun dan usia tertinggi responden adalah 57 tahun. Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa usia responden dibawah 25 tahun adalah sebesar 6 persen dan merupakan kelompok usia responden yang paling sedikit jumlahnya. Responden dengan rentang kelompok usia 25 - 40 tahun merupakan responden paling banyak dengan jumlah 32 orang (32 persen), sebanding dengan responden yang berada dalam rentang usia diatas 50 tahun. Sisanya sebanyak 29 orang (29 persen) adalah responden dengan rentang usia 41 -50 tahun. Responden dalam penelitian ini umumnya adalah kasie atau kasub dan pimpinan instansi sehingga pada umumnya telah memiliki masa kerja yang lama dan pada kelompok rentang usia yang lebih tinggi. Sedangkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada diagram dibawah ini :



Gambar 2. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Teknik Analisis

Untuk menguji kesahihan pertanyaan dalam kuesioner, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan bantuan *software SPSS 22.0 for windows*. Hasil pengujian validitas kuesioner dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner variable *Attitude, Subjective norms, Perceived Behavioral Control dan Behavioral Intention*

| Variabel / Pertanyaan ke | r _{hitung} | r _{tabel} | Keterangan |
|-----------------------------|---------------------|--------------------|------------|
| <i>Attitude</i> | | | |
| | 0,459 | 0.2759 | Valid |
| | 0,750 | | Valid |
| | 0,727 | | Valid |
| | 0,658 | | Valid |
| | 0,619 | | Valid |
| | 0,679 | | Valid |
| | 0,643 | | Valid |
| | 0,604 | | Valid |
| <i>Subjective Norm</i> | | | |
| | 0.594 | 0.2759 | Valid |
| | 0.759 | | Valid |
| | 0.822 | | Valid |
| | 0.338 | | Valid |
| | 0.672 | | Valid |
| | 0.706 | | Valid |
| <i>Perceived Behavioral</i> | | | |
| | 0.579 | 0.2759 | Valid |
| | 0.808 | | Valid |
| | 0.591 | | Valid |
| | 0.539 | | Valid |
| | 0.767 | | Valid |
| | 0.35 | | Valid |
| <i>Behavioral Intention</i> | | | |
| | 0.789 | 0.2759 | Valid |
| | 0.856 | | Valid |
| | 0.816 | | Valid |

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} korelasi product moment semua indikator atau item pertanyaan dari variabel *Attitude, Subjective norms, Perceived Behavioral Control dan Behavioral Intention* lebih besar dari nilai kritis (r_{tabel}) 0.2759 pada tingkat kepercayaan 95%. Hasil perhitungan analisis validitas tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Suatu kuesioner penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai r_{hitung} (r total) lebih besar dari nilai r_{tabel} . Pengujian reliabilitas kuesioner dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 2. Pengujian Reliabilitas Kuesioner *Attitude, Subjective norms, Perceived Behavioral Control dan Behavioral Intention*

| Variabel | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----------|--------------|-------------|------------|
| X1 | 0.797 | 0,276 | Reliabel |
| X2 | 0.731 | | Reliabel |
| X3 | 0.688 | | Reliabel |
| Y | 0.747 | | Reliabel |

Melihat hasil uji reliabilitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas pertanyaan untuk *Attitude, Subjective norms, Perceived Behavioral Control dan Behavioral Intention*, masing-masing lebih besar dari nilai kritis (r_{tabel}) sebesar 0,276 sehingga semua pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan *reliabel* dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas serta uji autokorelasi. Hasil perhitungan dalam uji asumsi klasik dijelaskan dalam uraian berikut :

Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat bantu *software spss 22.0* diperoleh nilai signifikansi (*Asymptotic sign.*) 0,977. Nilai signifikansi tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi (menyebar) normal.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Berdasarkan output *spss* diperoleh nilai signifikansi variabel *Attitude, Subjective norms, Perceived Behavioral Control* berturut turut adalah sebesar : 0.396, 0.603 dan 0.060. Dengan demikian, nilai signifikansi variabel yang diperoleh dalam uji Glejser ini memiliki nilai lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel penelitian.

Uji multikolinearitas menggunakan *spss 22.0*, diperoleh hasil VIF untuk variabel *Attitude* (X_1), *Subjective norms* (X_2) dan *Perceived Behavioral Control* (X_3) berturut-turut adalah sebesar 1.260, 1.828 dan 1.563. Hasil perhitungan nilai VIF tersebut menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh untuk masing-masing variabel adalah kurang dari 10. Nilai *tolerance* untuk variabel X_1 , X_2 dan X_3 masing-masing adalah sebesar 0.794, 0.547 dan 0.640 (lebih besar dari 0,10), sehingga dapat disimpulkan dalam model penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *Attitude*, *Subjective norms*, *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention*, digunakan alat analisis Regresi linier berganda. Hasil perhitungan selengkapnya pengaruh variabel *Attitude*, *Subjective norms*, *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention*, dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil analisis regresi linier berganda pengaruh *Attitude*, *Subjective norms*, *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention*.

| No. | Variabel | Koefisien regresi | t hitung | t tabel |
|---------------------------------|-----------------------------|-------------------|----------|---------|
| 1 | <i>Attitude</i> | 0.137 | 2.002 | |
| 2 | <i>Subjective norms</i> | 0.173 | 1.947 | 2,00 |
| 3 | <i>Behavioral Intention</i> | 0.069 | 0.888 | |
| Konstanta (<i>a</i>) | | = 2.57 | | |
| Koefisien determinasi (R^2) | | = 0.556 | | |
| F hitung | | = 7.00 | | |
| F table | | = 2,790 | | |

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linear sebagai berikut :

$$Y = 0,309 + 0,137X_1 + 0,173X_2 + 0,069 X_3 + e$$

Secara statistik persamaan regresi tersebut menunjukkan nilai koefisien regresi variabel *Attitude* adalah sebesar 0,137 dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 atau sama dengan α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa *Attitude* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*, artinya semakin positif sikap aparat terhadap upaya pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif maka akan semakin kuat niat berperilaku aparat terhadap upaya mendukung pengembangan kota kreatif tersebut.

Nilai koefisien regresi variabel *Subjective norms* adalah sebesar 0,173 dengan nilai signifikansi sebesar $0,058 > \alpha(0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa *Subjective norms* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Artinya perubahan norma subyektif aparat tidak berpengaruh terhadap perubahan niat berperilaku dalam mendukung pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif.

Nilai koefisien regresi variabel *Perceived Behavioral Control* adalah sebesar 0,069 dengan nilai signifikansi sebesar $0,379 > \alpha(0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Artinya perubahan persepsi kemudahan dalam berperilaku para aparat tidak berpengaruh terhadap perubahan niat berperilaku dalam mendukung pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif.

Nilai koefisien determinasi persamaan regresi linier adalah sebesar 0,309, hal ini menunjukkan bahwa *Behavioral Intention* dapat dijelaskan oleh *Attitude*, *Subjective norms*, dan *Perceived Behavioral*

Control sebesar, 30.90%, sedangkan sisanya 69,10% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Untuk mengetahui peranan ketiga variabel independen penelitian secara simultan terhadap variabel dependen, digunakan uji F. Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* (k) dan (k-1) (n-k) diperoleh F_{tabel} sebesar 2,468. Sedangkan hasil penghitungan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 7,004. Karena nilai $F_{\text{hitung}} (43,006) > F_{\text{tabel}} (2,790)$, atau $\text{sig} (0,001) \leq \alpha (0,05)$, maka secara simultan *Attitude*, *Subjective norms*, dan *Perceived Behavioral Control* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Pengujian secara parsial dilakukan dengan membandingkan nilai t yang diperoleh dengan nilai t tabel. Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* (df) dan (n-k-1) diperoleh t_{tabel} sebesar 2,00. Sedangkan hasil penghitungan uji t diperoleh $t_{\text{hitung}} X_1$ sebesar 2,002, $t_{\text{hitung}} X_2$ sebesar 1,947, $t_{\text{hitung}} X_3$ sebesar 0,888. Jadi hanya $t_{\text{hitung}} X_1$ yang memiliki nilai lebih besar atau sama dengan t tabel, sedangkan nilai $t_{\text{hitung}} X_2$, dan X_3 lebih kecil daripada nilai t tabel, sehingga dapat diartikan variabel *Attitude* secara parsial berpengaruh signifikan, namun variabel *Subjective norms* dan *Perceived Behavioral Control* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku aparat untuk mendukung upaya pengembangan Purbalingga kota kreatif).

Analisis diskriptif ini dilakukan untuk mengetahui persepsi *stakeholder* aparat pemerintah terhadap potensi pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif, yang dapat dilihat dari hasil jawaban pertanyaan terbuka yang diberikan melalui kuesioner. Untuk menambah informasi dilakukan analisis kualitatif berdasarkan pengamatan dan wawancara dengan beberapa responden terpilih untuk memberikan jawaban atas lima pertanyaan terbuka, yang mengenai pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep kota kreatif menunjukkan bahwa responden sebagian besar mengetahui kota kreatif, namun tidak paham secara mendalam dibuktikan responden memberikan tanggapan tahu dan paham hanya sebesar 20% sedangkan yang memberikan tanggapan tahu tapi tidak paham sebesar 66% dan untuk sisanya 7% memberikan tanggapan tidak tahu dan tidak paham. Pada umumnya konsep kota kreatif ini telah diketahui oleh responden dan telah sering didengar. Namun mengenai konsep kota kreatif ini belum pernah dilakukan dan kurangnya sosialisasi terkait konsep kota kreatif ini sehingga pemahaman responden masih terbatas pada istilah. Kemudian, responden memberikan tanggapan yang positif mengenai pertanyaan peluang atau kesempatan untuk memperoleh predikat kota kreatif yang ditunjukkan 89% responden memberikan tanggapan merasa yakin bahwa Purbalingga memiliki potensi dan peluang untuk berkembang menjadi kota kreatif. Sedangkan responden yang merasa ragu memberikan tanggapan tidak tahu, sebesar 11% dan tidak ada responden yang memberikan jawaban yang menyatakan bahwa Purbalingga tidak dapat berkembang menjadi kota kreatif. Selanjutnya, berdasarkan jawaban responden mengenai potensi yang dimiliki Purbalingga dapat dikelompokkan dalam indikator diantaranya yaitu : (1) adanya SDM yang mendukung, baik dari aparat pemerintah maupun masyarakat. (2) Komitmen pihak pemerintah melalui berbagi kebijakan yang mendukung sektor industri kreatif. (3) Kemauan dan kemampuan masyarakat untuk mendukung terbentuknya kota

kreatif. (4) Banyak *home industri*. (5) Dimilikinya berbagai potensi dalam bidang : kesenian, kerajinan, fashion, musik, film, batik, kuliner, logam, sapu, knalpot, kuliner, olahan, dan sebagainya. (6) Ketersediaan bahan baku untuk beberapa produk kreatif (kerajinan). (7) Potensi wilayah/alam untuk pariwisata. (8) Potensi pertanian, perkebunan, sumber daya alam dalam mendukung potensi produk.

Jenis –jenis industri kreatif yang ada dan dapat dikembangkan di Purbalingga sebagai pendukung terbentuknya kota kreatif antara lain : periklanan , arsitektur, seni rupa, kerajinan, desain, fashion, mainan & permainan, televisi&radio, film, musik, seni pertunjukan, riset & pengembangan, piranti lunak dan permainan video. Berdasarkan frekuensi jawaban yang paling banyak disebutkan oleh responden, maka jenis industri kreatif yang paling berpotensi untuk dikembangkan sebagai unggulan adalah industri kreatif Kerajinan. Purbalingga memiliki berbagai jenis industri kerajinan, disusul dengan fashion dan film. Responden juga diminta untuk memberikan contoh-contoh industri kreatif tersebut, dan dari berdasarkan analisis dari jawaban responden maka beberapa industri kreatif yang potensial tersebut antara lain adalah : kerajinan rambut (bulumata, sanggul, wig), knalpot, kerajinan batok/tempurung, batik, kayu, bambu, rajut, cenderamata, busana muslim, kerudung, kaos Maning, batik, gula kristal, dan lain-lain. Sedangkan potensi industri kreatif lain diluar kerajinan, antara lain adalah , kampung digital, *on line sistem*, *software*, program OL dan film pendek oleh pelajar, bangunan, taman, potensi alam sebagai tempat wisata, kesenian lengger, tek-tek dan fotografi.

Berdasarkan tanggapan responden setelah di analisis, secara garis besar dapat di simpulkan strategi atau kebijakan yang dapat dilakukan sebagai upaya untuk menjadikan Purbalingga sebagai kota kreatif antara lain: (1) Pembenahan regulasi, birokrasi dan persiapan masyarakat menuju kota kreatif. (2) Sosialisasi dan *workshop* mengenai pengembangan kota kreatif bagi semua pihak terkait. (3) Kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan Kota kreatif melalui peningkatan produktifitas sektor ekonomi penunjang kota kreatif. (4) Birokrasi satu atap untuk mempermudah perizinan. (5) Inventaris atau pendataan potensi dan skala prioritas, pengembangan ekonomi kreatif. (6) Penyusunan kebijakan satu desa satu produk unggulan. (7) Workshop, pelatihan , pembinaan bagi pelaku UMKM dan industri kreatif. (8) Dukungan dalam bentuk perlindungan hukum bagi pelaku ekonomi kreatif. (9) Dukungan sarana dan prasarana yang diperlukan dalam upaya mengembangkan kota kreatif. (10) Memperluas dan membuka kerjasama pemasaran dengan berbagai pihak utk memperkenalkan produk kreatif Purbalingga. (11) Pemberian stimulan & ruang berekspresi, dan berkreasi bagi komunitas masyarakat kreatif. (12) Meningkatkan inovasi dan nilai tambah bagi produk-produk lokal yang sudah ada. Berbagai jawaban responden mengenai strategi atau kebijakan tersebut, secara umum dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu kebijakan bagi *stakeholder* pemerintah dan bagi masyarakat, dalam hal ini komunitas kreatif dan UMKM sebagai pelaku usaha kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa upaya kearah pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif akan embutuhkan dukungan pemerintah dan sekaligus kerjasama dan koordinasi yang baik dengan berbagai pihak terkait, khususnya dari masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis statistik seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, diketahui bahwa *Attitude*, *Subjective norms*, dan *Perceived Behavioral Control* secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku) atau niat aparat untuk mengembangkan Purbalingga sebagai kota kreatif. Namun, secara parsial, hanya variabel *Attitude* yang memiliki pengaruh signifikan.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa upaya mendorong niat berperilaku aparat dalam mendukung terciptanya Purbalingga kota kreatif harus melibatkan ketiga variabel dalam penelitian ini secara bersama-sama. Namun, secara spesifik, pengambil kebijakan harus dapat menekankan pada upaya dimilikinya *positive attitude* (sikap positif) aparat dalam mendukung terciptanya Purbalingga sebagai kota kreatif. Hal ini disebabkan hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa variabel *attitude* merupakan satu-satunya variabel dalam penelitian yang memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berperilaku.

Sikap terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan, dimana seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau kurang baik tentang perilaku tertentu. Aparat meyakini bahwa berdasarkan evaluasinya, pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif akan memberikan hasil seperti yang diinginkan. Adanya pengembangan Purbalingga sebagai kota kreatif akan memberikan rasa puas dan bangga sebagai aparat pemerintah Purbalingga. Terwujudnya Purbalingga Kota Kreatif juga menunjukkan keberhasilan pemerintah dalam membangun masyarakatnya dan mencerminkan kualitas masyarakatnya. Pernyataan ini juga didukung dengan hasil tanggapan responden atas pertanyaan terbuka yang kedua dimana mayoritas responden memberikan jawaban “Ya” yang menunjukkan keyakinan aparat akan peluang dicapainya predikat Purbalingga sebagai kota kreatif.

KESIMPULAN

Melaui perhitungan statistik analisis regresi berganda disimpulkan bahwa *Attitude*, *Subjective norms* dan *Perceived Behavioral Control* secara simultan mempunyai pengaruh yang positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku aparat untuk mengembangkan Purbalingga kota kreatif. Namun secara parsial, variabel *Attitude* merupakan satu-satunya variabel yang mempunyai pengaruh terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan variabel *Subjective norms* dan *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh signifikan.

Hasil analisis deskriptif terhadap pertanyaan terbuka menunjukkan bahwa Purbalingga memiliki potensi untuk menjadi kota kreatif. Hal ini didukung oleh berbagai hal, baik berupa dukungan dari SDM aparat dan kebijakan pemerintah maupun dari potensi kreatif yang ada di masyarakat.

Berdasarkan kesimpulan yang menunjukkan bahwa *Attitude*, *Subjective norms*, dan *Perceived Behavioral Control* secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku) atau niat aparat untuk mengembangkan Purbalingga sebagai kota kreatif, maka upaya

mendorong niat berperilaku aparat dalam mendukung terciptanya Purbalingga kota kreatif harus melibatkan ketiga variabel dalam penelitian ini secara bersama-sama. Namun, karena secara parsial variabel *attitude* merupakan satu-satunya variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berperilaku. secara spesifik, maka pengambil kebijakan sebaiknya menekankan pada upaya dimilikinya *positive attitude* (sikap positif) aparat dalam mendukung terciptanya Purbalingga sebagai kota kreatif.

Sebagai upaya untuk mewujudkan terbentuknya Purbalingga kota kreatif, maka pemerintah sebagai stakeholder utama perlu menyusun strategi dan kebijakan yang relevan. Secara umum strategi dan kebijakan tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu kebijakan bagi *stakeholder* pemerintah dan bagi masyarakat, dalam hal ini komunitas kreatif dan UMKM sebagai pelaku usaha kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Nurul Fitriana, Irwan Noor, Ainul Hayat. 2015. Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* Vol. 2 No. 2, Hal. 281-286.
- Arifin, Agus. 2008. "Analisis Keunggulan Produk Kerajinan Rambut di Desa Karangbanjar Kecamatan Bojongsari, Purbalingga, 2007 (Pendekatan Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Sustainable Competitive Advantage (SCA))". *Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah* Vol. 3, No. 1, hal 35-41. Program Studi IESP Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman.
- Carta, Maurizio. 2007. *Creative City: Dynamics, Innovation, Action*. Palermo: List
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2009. *Rencana Pengembangan ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Diah Safitri, Firda Mayang Sari, Friska Verdiyana, Haidar Hanardi. 2016. *Urgensitas Industri Kreatif Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Indonesia*. Diakses pada 23 Oktober 2016, dari <http://www.irdhresearch.com>.
- Freska Fitriyana dan Tubagus Furqon Sofhani. 2012. Pengembangan Bandung Kota Kreatif Melalui Kekuatan Kolaboratif Komunitas. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota B SAPPK V1N1*.
- Howkins, J. 2001. *The Creatif, How People Make Money From Ideas*. New York
- Indonesia Creative Cities Conference (ICCC). 22-25 Oktober 2015. Solo.
- Mulyana dan Sutapa. 2015. Peran Quadruple Helix dalam Meningkatkan Kreativitas dan Kapabilitas Inovasi (Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion). *2nd Conference on Accounting Business and Management (CBAM)*. ISSN, 2302 -9791. Vol 2 No 1, May.
- Potts, J., & Cunningham, S. 2008. Four models of the creative industries. *International journal of cultural policy*, 14(3), pp. 233-247.
- Primorac, Jaka. 2006. *The position of cultural workers in creative industries: the south-eastern European perspective*. European Cultural Foundation.

- Sabarudin Akhmad dan Rachmad Hidayat. 2015. Pemetaan Potensi Industri Kreatif Unggulan Madura, *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, Vol. 12, No. 2, Juni 2015, pp.155 -165 ISSN 1693-2390 print/ISSN 2407-0939 online *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, Vol. 12, No. 2, Juni 2015, pp.155 -165 ISSN 1693-2390 print/ISSN 2407-0939 online.
- Semarangpos. 2018. *Bantul sebagai Daerah Ekonomi Kreatif Dibahas dalam Seminar*. Diakses Pada 23 Maret 2018, dari <http://www.semarangpos.com>.
- Simatupang, T. M., S. Rustiadi and D. B. M. Situmorang. 2012. *Enhancing the Competitiveness of the Creative Services Sectors in Indonesia' in Tullao, T. S. and H. H. Lim (eds.), Developing ASEAN Economic Community (AEC) into A Global Services Hub, ERIA Research Project Report 2011-1*. Jakarta: ERIA, pp.173-270.
- Sumarwoto. 2015. Dukung Pariwisata, Purbalingga Serius Kembangkan Ekonomi Kreatif. Diakses pada 23 Oktober 2016, dari <http://jateng.antaranews.com/detail/dukung-pariwisata-purbalingga>.
- Tempo.Co. 2016. *Industri Kreatif Sumbang Rp 642 Triliun dari Total PDB RI*. Diakses pada 7 Oktober 2016, dari <https://m.tempo.co/read/news/2016/03/02/090750007/industri-kratif-sumbang-rp-642-triliun-dari-total-pdb-ri>.
- Tim Penulis Bekraf. 2016. *Sistem Ekonomi Kreatif Nasional Panduan Pemeringkatan Kabupaten/Kota Kreatif*. Jakarta : Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif.
- United Nations Conference on Trade and Development. 2016. *Creative Economy*. Diakses pada 23 Oktober 2016, dari <http://unctad.org/en/Pages/DITC>.